Deutscher Bundestag **Drucksache 15/3192**

15. Wahlperiode 25. 05. 2004

Antrag

der Abgeordneten Jürgen Klimke, Klaus Brähmig, Ernst Hinsken, Edeltraut Töpfer, Wolfgang Börnsen (Bönstrup), Cajus Julius Caesar, Anke Eymer (Lübeck), Dr. Hans Georg Faust, Albrecht Feibel, Gerda Hasselfeldt, Uda Carmen Freia Heller, Klaus Hofbauer, Gerlinde Kaupa, Werner Kuhn (Zingst), Erwin Marschewski (Recklinghausen), Laurenz Meyer (Hamm), Maria Michalk, Bernward Müller (Gera), Kurt J. Rossmanith, Albert Rupprecht (Weiden), Anita Schäfer (Saalstadt), Wilhelm Josef Sebastian, Kurt Segner, Johannes Singhammer, Klaus-Peter Willsch und der Fraktion der CDU/CSU

Den Tourismus stärken – Chancen der EU-Erweiterung nutzen

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Am 1. Mai 2004 wurde die Europäische Union um zehn Staaten aus Mittel- und Osteuropa sowie dem Mittelmeerraum erweitert. Damit umfasst die Europäische Union 25 Staaten mit über 450 Millionen Menschen. Die Erweiterung wird von der Öffentlichkeit und von Vertretern in Politik und Wissenschaft ambivalent bewertet. Es mischen sich eher diffuse Ängste mit einer realistischen Einschätzung der Probleme und bilden eine nur schwer überschaubare Gemengelage von Befürchtungen, die mit der Erweiterung verbunden sind. Eine Umfrage der Konrad-Adenauer-Stiftung ergab, dass 59 Prozent der Deutschen eine negative Haltung zur EU-Erweiterung haben, wobei die Unterschiede zwischen Ost und West nicht signifikant sind. Als Ursache gelten der mangelnde Informationsstand über die EU-Erweiterung sowohl in der Bevölkerung als auch bei den Unternehmen.

Die Erweiterung hat unbestritten Einfluss auch auf den Tourismus und die deutsche Tourismuswirtschaft. Nach Angaben der Deutschen Zentrale für Tourismus entfielen 2003 von den 39,7 Millionen Auslandsreisen aus den osteuropäischen Staaten 6,1 Millionen Reisen (15 Prozent) auf Deutschland. Hierbei wurde 2002 ein Gesamtumsatz von 2,7 Mrd. Euro erzielt. Die wichtigsten Quellmärkte für Deutschland aus Osteuropa sind Polen mit 2,8 Millionen Reisen, Tschechien mit 1,1 Millionen und Ungarn mit ca. 408 000. Die Verteilung der Urlaubsarten aus Osteuropa ergibt, dass 47 Prozent der Reisen Urlaubsreisen und 30 Prozent Geschäftsreisen sind, 23 Prozent verteilen sich auf das Segment Verwandten- und Bekanntenbesuche.

In Polen ist Deutschland mit 35 Prozent Reiseziel Nummer 1. In den anderen Märkten hat Deutschland einen Anteil zwischen 10 und 20 Prozent. Die neuen EU-Staaten (Polen, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Litauen, Lettland, Estland und Slowenien) haben einen Anteil von 80 Prozent des gesamten osteuropäischen Reisevolumens und sind zusammen mit Russland wichtige Quellmärkte der Zukunft.

Die dynamische Kaufkraftentwicklung und das hohe Wirtschaftswachstum in den Beitrittsländern wird auch die dortige Nachfrage und Ausgabebereitschaft für Auslandsreisen erhöhen. Auch die noch geringe Reiseintensität in den Beitrittsländern, die oft ein Vielfaches unter der unserer eigenen Bevölkerung liegt, lässt auf ein enormes Potenzial auch mittel- und langfristig schließen.

Die Chancen durch diesen Prozess müssen genutzt und die damit verbundenen Risiken minimiert werden. Die Bundesregierung hat die hierfür erforderlichen Maßnahmen in vielen Bereichen nicht oder nur teilweise ergriffen. Dies belegt die Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion der CDU/CSU „Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf den Tourismus und die deutsche Tourismuswirtschaft“ (Bundestagsdrucksache 15/2237). Die Antworten belegen erhebliche Defizite in der Zusammenarbeit der Bundesregierung mit den EU-Beitrittsländern: So existieren weder bilaterale Gesprächskreise zum Tourismus auf Regierungsebene noch unterstützt die Bundesregierung Projekte der grenzübergreifenden Zusammenarbeit. Dies wird mit dem Hinweis der Aufgabenteilung des Subsidiaritätsprinzips begründet.

Deutschland ist Standort einer qualitätsbewussten und qualitativ hoch stehenden Tourismusbranche. In einem direkten Preisvergleich können aber weder deutsche Anbieter noch Destinationen sowie Busreiseunternehmen mit Konkurrenten aus den Beitrittsländern mithalten, da die deutschen Lohnnebenkosten zu hoch sind. Eine Korrektur dieses Nachteils für den Standort Deutschland muss einerseits über die Steuergesetzgebung erfolgen. Andererseits sind einheitliche Qualitätsstandards für den Verbraucher das sicherste Auswahlkriterium. Die Bundesregierung muss daher ihren Einfluss in Europa nutzen, um beispielsweise europaweit faire Wettbewerbsbedingungen für den Kur- und Heilbäderbereich anzustreben und sich dafür einzusetzen, die Umweltmarke Viabono zu einer Europäischen Dachmarke auszubauen.

Bei der Erschließung des touristischen Potenzials in den osteuropäischen EU-Ländern muss berücksichtigt werden, dass die Natur in vielen Regionen noch unberührt und weitgehend intakt ist. Daher sollte bei grenzübergreifenden Tourismusprojekten die Richtlinie des Übereinkommens über die biologische Vielfalt (Convention on Biological Diversity/CBD) „Biodiversität und Tourismusentwicklung“ Anwendung finden. Wachstum in den europäischen Tourismusregionen darf nicht zu Lasten der Umwelt geschehen. Daher sollte eine doppelte Zielsetzung aus Sicherung des Natur- und Umweltschutzes in ausgewiesenen Gebieten sowie der Möglichkeit einer regionalen Wertschöpfung durch touristische Nutzung verfolgt werden. Die Einrichtung von Umwelt-Managementsystemen in den betroffenen Regionen kann den Spagat zwischen Wirtschaft und Naturschutz schließen, sowie „sanfte“ Urlaubs-Aktivitäten wie Natur- und Umwelterleben, Kulturtourismus, Sport und Bewegung sowie Urlaub auf dem Bauernhof fördern. Dazu sollten in den osteuropäischen EU-Mitgliedstaaten Koordinations- und Informationsstellen zur Entwicklung spezieller Angebote wie Familien-, Sozial- und Jugendtourismus angeboten werden. Intakte Natur darf kein Gut nur für Vermögende sein. Sie hat eine gesellschaftliche Funktion über alle Grenzen hinweg.

Ein weiterer, wichtiger Faktor im zusammenwachsenden Europa sind Städtepartnerschaften sowie der Jugendaustausch. Allein zu Frankreich unterhalten deutsche Kommunen 2 075, zu Kommunen in den Beitrittsstaaten jedoch insgesamt nur 1 411 Partnerschaften. Hier existiert ein großer Nachholbedarf – Sportvereine, Chöre und Jugendfeuerwehren, um nur einige Gruppen zu nennen, müssen Partner im Osten der EU finden. Dieses „Zusammenwachsen der Herzen“ innerhalb Europas muss intensiver gefördert werden. Der Jugendaustausch mit Polen ist hier beispielhaft.

Aus der Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion der CDU/CSU „Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf den Tourismus und die

deutsche Tourismuswirtschaft“ geht weiterhin hervor, dass die Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie Freizeitparks in vielen neuen EU-Staaten die Vorteile eines ermäßigten Mehrwertsteuersatzes nutzen können. Im Preiswettbewerb innerhalb der EU können damit Konkurrenzanbieter im Ausland nicht nur aufgrund niedrigerer Lohn- und Lohnnebenkosten, sondern auch durch geringere Mehrwertsteuersätze günstigere Angebote machen und damit Wettbewerbsvorteile realisieren.

Das wichtigste Instrument der Außendarstellung des Reiselandes Deutschland – auch in den neuen EU-Staaten – ist die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT). Die Zuwendungen der Bundesregierung an die DZT wurden zwar in den letzten Jahren geringfügig erhöht, allerdings ist die für 2004 vorgesehene Förderung mit rund 24,5 Mio. Euro für eine gezielte intensive Vermarktung Deutschlands in den neuen EU-Ländern nicht ausreichend. Die Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion der CDU/CSU „Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf den Tourismus und die deutsche Tourismuswirtschaft“ belegt weiterhin, dass es an aussagekräftigen Studien über die langfristigen Folgen der EU-Osterweiterung – auch für den Bereich Tourismus – über 2005 hinaus mangelt.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung daher auf,

1. dem Deutschen Bundestag einen jährlichen Bericht über den Fortschritt grenzüberschreitender und multilateraler Tourismusprojekte mit den EU-Beitrittsländern sowie über die mittel- und langfristigen Entwicklungen des Reiseverkehrs zwischen Deutschland und den Beitrittsländern mit den erwarteten Folgen für die deutsche Tourismuswirtschaft vorzulegen;

2. die Deutsche Zentrale für Tourismus finanziell und personell zu stärken, damit der Tourismusstandort Deutschland intensiver als bisher in den neuen EU-Ländern – insbesondere in Polen, Ungarn, Tschechien und der Slowakei – auf nationalen Messen oder Publikation in Landessprache vermarktet werden kann, um die dort vorhandenen großen Potenziale für Reisen nach Deutschland auszuschöpfen. Die dafür benötigten Mittel sind aus den Ausgaben der Bundesregierung für Öffentlichkeitsarbeit umzuschichten;

3. Städtepartnerschaften mit osteuropäischen Kommunen intensiver als bisher zu fördern. Dazu sollen die Fördermittel des Auswärtigen Amts für die Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände zur Förderung des Kultur- und Jugendaustausches im Rahmen der Städtepartnerschaftsarbeit durch Umschichtung aus den Mitteln für Öffentlichkeitsarbeit erhöht werden. Außerdem sollen die zuständigen Stellen bei einer zügigen Bearbeitung der Antragswünsche aus den Beitrittsländern unterstützt und auf eine schnelle Vermittlung mit deutschen Kommunen hingewirkt werden;

4. sich auf europäischer Ebene für die Schaffung eines Sonderprogramms „Verkehrsprojekte Europäische Einheit“ einzusetzen und den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur in den Grenzregionen Deutschlands zügig voranzutreiben;

5. den Ausbau des deutschen Radfernwegenetzes (D-Netz) voranzutreiben und dabei europäische, grenzübergreifende Belange in Kooperation mit den europäischen Nachbarn zu koordinieren sowie auf eine bessere Berücksichtigung der Förderung des grenzüberschreitenden Fahrradtourismus bei der EU-Infrastrukturförderung hinzuwirken, insbesondere bei den internationalen Euro-Velo-Routen;

6. auf den Tourismus bezogene bilaterale Gesprächskreise auf Regierungsebene mit den neuen EU-Staaten zu initiieren, die auch einen Erfahrungsaustausch über die Möglichkeiten der tourismusbezogenen EU-Förderung beinhalten;

7. die Umweltmarke Viabono als europäische Dachmarke für nachhaltigen Tourismus zu etablieren und eine Vergleichbarkeit umweltfreundlicher touristischer Angebote aufgrund einheitlicher Kriterien innerhalb der EU anzustreben;
8. sich in Zusammenarbeit mit den Bundesländern auf einen EU-weiten, grenzübergreifenden und nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten (Nationalparke, Biosphärenreservate) einzusetzen und diesen mit den EU-Nachbarstaaten intensiver zu fördern;
9. die neuen EU-Mitgliedstaaten bei der Entwicklung von Angeboten für nachhaltigen Tourismus zu unterstützen;
10. mit den osteuropäischen EU-Mitgliedstaaten in einen Erfahrungsaustausch über die Entwicklung spezieller Angebote wie Familien-, Sozial- und Jugendtourismus einzutreten;
11. grenzübergreifende Ausbildungsprojekte zwischen Deutschland und den EU-Beitrittsstaaten, wie z. B. das der Hotelfachschule Pirna, zu fördern;
12. innerhalb der EU auf eine standardisierte und von allen EU-Mitgliedstaaten anerkannte Ausbildung im Tourismusbereich hinzuwirken und den länderübergreifenden Austausch zwischen den einzelnen Bildungsträgern zu fördern;
13. kleine und mittlere touristische Unternehmen bei der grenzübergreifenden Zusammenarbeit und der Suche nach Kooperationspartnern durch entsprechende Informationen zu unterstützen;
14. in den neuen EU-Ländern Litauen, Polen, Tschechien und der Slowakei darauf hinzuwirken, dass bestehende Beschränkungen für Reiseleiter anderer Mitgliedstaaten bei der Ausübung ihrer Tätigkeit aufgehoben werden;
15. EU-weit faire Wettbewerbsbedingungen im Kur- und Heilbäderbereich anzustreben;
16. auf einen Abbau der Wettbewerbsverzerrungen hinzuwirken, die sich für das deutsche Hotel- und Gaststättengewerbe aus der steuerlichen Benachteiligung gegenüber den meisten anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union – häufig durch die Anwendung eines ermäßigten Mehrwertsteuersatzes – ergeben;
17. sich innerhalb der EU für eine einheitliche Umsetzung der Margenbesteuerung von Reiseleistungen einzusetzen, um eine Mehrfachbesteuerung zu verhindern;
18. sich dafür einzusetzen, dass innerhalb der EU eine einheitliche Umsetzung der Besteuerung von erdgebundenen Beförderungsleistungen angestrebt wird, um die Durchführung grenzüberschreitender Reisen zu erleichtern;
19. auf eine schnelle Umsetzung der Vorschriften aus der 6. EG-Richtlinie zur Besteuerung von touristischen Leistungen in allen EU-Beitrittsländern hinzuwirken und dabei bilaterale Unterstützung anzubieten, damit deutsche Reiseveranstalter in den Beitrittsländern die nötige Rechtssicherheit und Grundlage für ihre Kostenkalkulation erhalten;
20. sich dafür einzusetzen, dass die jeweilige Absicherung von Pauschalreisen gegen die Insolvenz oder den Konkurs von Reiseveranstaltern in EU-Mitgliedstaaten, die den Vorschriften der Richtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990 über Pauschalreisen (EG-Pauschalreiserichtlinie) entsprechen, gegenseitig anerkannt wird;
21. die deutschen Minderheiten in den EU-Beitrittsländern weiterhin finanziell zu unterstützen und verstärkt ihre Erfahrungen und Kontakte für die Förderung menschlicher Begegnungen und Austauschprogramme zu nutzen;

22. im Rahmen des für 2005 geplanten gleichzeitigen polnischen Jahres in Deutschland und deutschen Jahres in Polen auch einen Schwerpunkt auf die Förderung des gegenseitigen grenzüberschreitenden Tourismus und eine verstärkte tourismuspolitische Zusammenarbeit zu setzen;
23. sich für eine Eindämmung des Sextourismus und der Kinderprostitution im tschechischen Grenzgebiet einzusetzen, insbesondere durch eine bessere Zusammenarbeit zwischen den tschechischen Behörden und den Landeskriminalämtern Sachsen und Bayern sowie gemeinsame Kampagnen zur Ächtung des Sextourismus und zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit;
24. das Projekt „Karo“, das betroffenen Straßenkindern im tschechischen Grenzgebiet hilft, über das Jahr 2005 hinaus zu finanzieren.

Berlin, den 25. Mai 2004

Jürgen Klimke
Klaus Brähmig
Ernst Hinsken
Edeltraud Töpfer
Wolfgang Börnsen (Bönstrup)
Cajus Julius Caesar
Anke Eymer (Lübeck)
Dr. Hans Georg Faust
Albrecht Feibel
Gerda Hasselfeldt
Uda Carmen Freia Heller
Klaus Hofbauer
Gerlinde Kaupa
Werner Kuhn (Zingst)
Erwin Marschewski (Recklinghausen)
Laurenz Meyer (Hamm)
Maria Michalk
Bernward Müller (Gera)
Kurt J. Rossmanith
Albert Rupprecht (Weiden)
Anita Schäfer (Saalstadt)
Wilhelm Josef Sebastian
Kurt Segner
Johannes Singhammer
Klaus-Peter Willsch
Dr. Angela Merkel, Michael Glos und Fraktion



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333